

**SKRIPSI**



**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI LABEL HALAL,  
CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK SARI ROTI DI  
ALFAMART DAN INDOMART DEPAN UNIVERSITAS MURIAKUDUS**

Oleh  
**DWI ARIYANTO**  
**NIM 201411047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2018**

**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI LABEL HALAL,  
CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK SARI ROTI DI  
ALFAMART DAN INDOMART DEPAN UNIVERSITAS MURIAKUDUS**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus**



**Oleh  
DWI ARIYANTO  
NIM 201411047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Label Halal, Citra Merek,  
Harga, dan Kualitas Produk Sari Roti di Alfamart dan Indomart depan  
Universitas Muria Kudus**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus .....

Kudus, 2018

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Pembimbing I



Agung Subono, SE. M.Si.  
NIDN. 0520017602



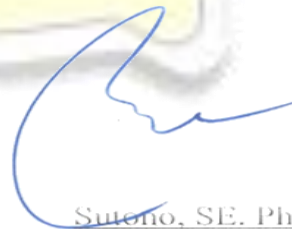
Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM  
NIDN. 0607095601

Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II



Dr. M. Mochamad Edris, Drs. MM  
NIDN. 0618066201



Sutono, SE. Ph. D  
NIDN. 0626017003

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*“Hidup untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna”*

### **PERSEMBAHAN**

Syukur alhamdulillah atas rahmat dari Allah SWT  
Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk.

1. Ibu dan Bapak (Sunarto dan Kusrini) yang senantiasa mendoa'kan, memberikan dukungan, motivasi, serta memberi restu kepadaku dalam menuntut ilmu.
2. Wanita terhebat Rosa Alwiyanda, S.Pd. yang selalu memberikan bantuan, semangat serta dukungannya dalam menyelesaikan skripsi.
3. Sahabat-sahabat Restu, dhicky, Sahal, Mahfud yang selalu memberikan motivasi untuk selalu tegar menjalani hidup ini.
4. Dosen pembimbing Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM dan Bapak Sutono, SE. MM. Ph. D yang senantiasa sabar dalam membimbing skripsi peneliti.
5. Seluruh dosen Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mendidik dan membagikan ilmunya.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Label Halal, Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Sari Roti di Kudus”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Bisnis pada Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini peneliti memperoleh banyak sekali dukungan, bimbingan, motivasi, dan bantuan, dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti sangat mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. Suparno, S.H., M.S., selaku Rektor Universitas Muria Kudus, atas segala kebijakan dan memberikan kesempatan peneliti menjadi mahasiswa di Universitas Muria Kudus hingga sekarang.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian.
3. Bapak Agung Subono, SE. M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin penelitian.
4. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya memberikan bimbingan serta arahan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Sutono, SE. MM. Ph. D selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya memberikan bimbingan serta arahan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang senantiasa telah memberikan ilmunya kepada peneliti.

7. Seluruh pihak yang terlibat membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti tidak dapat membalas segala jasa, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan. Peneliti berharap semoga kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus,..... 2018

Peneliti

Dwi Ariyanto

NIM 201411047





## **ABSTRACT**

### ***INCREASE IN PURCHASING DECISIONS THROUGH HALAL LABELS, BRAND IMAGE, PRICE AND QUALITY OF PRODUCTS SARIROTI AT ALFAMART AND INDOMART FRONT OF THE UNIVERSITY MURIA KUDUS***

NAMA : Dwi Ariyanto  
NIM : 201411047

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM  
2. Sutono, SE. MM. Ph. D

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

***FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT***

This study is intended to determine the effect of halal labels, brand image, prices, and product quality on Sari Roti's consumer purchasing decisions. This research was carried out at Alfamart and Indomart in front of Muria Kudus University using multiple linear analysis methods. The population is consumers who buy SariRoti in Alfamart and Indomart in front of Muria Kudus University using accidental sampling sampling technique with a sample of 100 respondents. The test results show that halal labels have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, prices have a significant positive effect on purchasing decisions, product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, and halal labels, brand image, price, and quality the product simultaneously affects the purchase decision.

***Keywords: Halal Label, Brand Image, Price, Product Quality, Purchase***

***Decision***

**Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Label Halal, Citra Merek,  
Harga, dan Kualitas Produk Sari Roti di Kudus. Skripsi. Manajemen.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.**

NAMA : Dwi Ariyanto  
NIM : 201411047

Pembimbing: 1 : Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM  
2 :Sutono, SE. MM. Ph. D

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh label halal, citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti. Penelitian ini dilakukan di Alfamart dan Indomart depan Universitas Muria Kudus dengan menggunakan metode analisis linier berganda. Populasinya adalah konsumen yang membeli Sari Roti di Alfamart dan Indomart depan Universitas Muria Kudus dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil pengujian menunjukkan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan label halal, citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Label Halal (X1), Citra Merek (X2), Harga (X3), Kualitas Produk (X4), Keputusan Pembelian (Y)



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Fenomena Bisnis .....	4
1.1.2 Research Gap .....	5
1.2 Ruang Lingkup .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Teoritis.....	8
1.5.2 Praktis .....	8

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	9
2.2 Label Halal .....	10
2.2.1 Pengertian Lebel Halal.....	10
2.2.2 Hubungan Lebel Halal dengan Keputusan Pembelian.....	11
2.3 Citra Merek .....	11
2.3.1 Pengertian Citra Merek .....	11
2.3.2 Nilai Merek .....	12
2.3.3 Peran Merek .....	13
2.3.4 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....	13

2.4 Harga.....	14
2.4.1 Pengertian Harga.....	14
2.4.2 Kebijakan Harga .....	14
2.4.3 Strategi Penyesuaian Harga .....	16
2.4.4 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Kualitas Produk.....	18
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	18
2.6 Penelitian Terdahulu .....	19
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25
2.8 Hipotesis .....	26
2.8.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.8.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.8.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.8.5 Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rencana Penelitian.....	30
3.2 Variabel Penelitian.....	30
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3.1 Label Halal .....	31
3.3.2 Citra Merek .....	31
3.3.3 Harga.....	32
3.3.4 Kualitas Produk.....	32
3.3.5 Keputusan Pembelian.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1 Jenis Data .....	33
3.4.2 Sumber Data.....	34
3.5 Populasi Dan Sampel .....	35
3.5.1 Populasi.....	35

3.5.2 Sampel.....	35
3.6 Pengumpulan Data .....	35
3.6.1 Metode Kuesioner .....	35
3.7 Uji Instrumen .....	36
3.7.1 Uji Validitas .....	36
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.8. Pengolahan Data .....	37
3.8.1 Editing.....	37
3.8.2 Pengodean .....	37
3.8.3 Tabulasi.....	37
3.8.4 Proses computer .....	37
3.9 Analisis Data .....	38
3.9.1 Analisis Linier Berganda .....	38
3.9.2 Pengujian Hipotesis .....	39
3.9.2.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	39
3.9.3 Uji hipotesis Secara Simultan (uji f) .....	39
3.9.4 Adjusted R Square.....	40
3.10 Uji Try Out Validitas .....	40
3.11 Hasil Tryout Pengukuran Instrumen .....	41
3.11.1 Hasil Uji Try Out Validitas .....	41
3.11.2 Hasil Uji Try Out Reliabilitas .....	43

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4. Hasil Pembahasan .....	41
4.1 Sejarah perusahaan .....	41
4.2 Gambaran Umum Responden .....	45
4.2.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin .....	45
4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.3 Data Hasil Jawaban Responden atas Variabel label halal, citra merk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian roti Sari roti di Alfamart dan Indomart UMK .....	46

4.3.1	Variabel Label halal ( $X_1$ ) .....	47
4.3.2	Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	47
4.3.3	Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	48
4.3.4	Variabel Kualitas Produk ( $X_4$ ) .....	49
4.3.5	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.4	Uji Analisis Data.....	50
4.4.1	Analisis Regresi.....	50
4.5	Pembahasan.....	59
4.5.1	Pembahasan Hasil Analisis Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.5.2	Pembahasan Hasil Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.5.3	Pembahasan Hasil Analisis Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
4.5.4	Pembahasan Hasil Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.5.5	Pembahasan Hasil Analisis Label Halal, Citra Merk, Harga Dan Kualitas Produk Secara Berganda Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.2	Kesimpulan .....	63
5.2	Keterbatasan.....	63
5.3	Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Data penjualan SariRoti 5 tahun terakhir .....	4
2.1 Tujuh setrategi penyesuaian harga .....	16
3.1 Uji Validitas Variabel Label Halal.....	41
3.2 Uji Validitas Citra Merk .....	41
3.3 Uji Validitas Harga .....	42
3.4 Uji Validitas Kualitas Produk .....	42
3.5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	43
3.6 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	43
4.1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2 Tabel Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Label Halal.....	47
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra merk .....	48
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel harga .....	48
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	49
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel pembelian.....	50
4.8 Hasil Analisis Regreasi .....	51
4.9 Analisis Regresi Uji T .....	52
4.10 Analisis Regresi Uji F .....	56
4.11 Analisis Regresi Koefisien Determinasi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka pemikiran .....	26
------------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

JADWAL PENELITIAN .....	78
Kusioner .....	79
Try Out .....	82
Lampiran Data Tabulasi responden .....	92
Lampiran output SPSS Data frekuensi responden .....	97
Lampiran output SPSS Data Uji regresi.....	111

